

28 mei 2014

# Persbericht

## Eerste kwartaal 2014

- Omzet\* € 9,8 miljard, grotendeels onveranderd door lage inflatie en onder druk staande volumes
- Online omzet € 362 miljoen, een toename van 20,0% op identieke basis
- Onderliggende operationele marge 4,0%, in vergelijking met 4,1% vorig jaar
- Programma in de VS ter verbetering van de klantpropositie gestart
- Stabiliserende marktaandeel trend in afzwakkende markt in Nederland
- Overname SPAR-winkels in Tsjechië aangekondigd; verkoop activiteiten Slowakije afgerond
- Principeakkoord over de schikking in de Waterbury class action

\* tegen constante wisselkoersen

Zaandam – Ahold heeft vandaag haar bericht over het eerste kwartaal van 2014 gepubliceerd.

CEO Dick Boer: "De trend in onze omzetontwikkeling was in het eerste kwartaal in lijn met het voorgaande kwartaal en min of meer vergelijkbaar ten opzichte van vorig jaar, onder invloed van lage inflatie en volumes die in al onze markten onder druk bleven staan.

In de Verenigde Staten hebben we besloten om een programma ter verbetering van onze klantpropositie uit te rollen. We investeren in de kwaliteit en presentatie van ons vers assortiment, in opleiding en training van medewerkers, en gerichte prijsverlagingen in al onze divisies. In Nederland zagen we een stabilisatie van onze marktaandeel ontwikkeling in vergelijking met het voorgaande kwartaal. We blijven hier ons assortiment verbeteren en uitbreiden om zo onze commerciële positie verder te versterken.

We breiden onze online positie verder uit in de Verenigde Staten en in Nederland. We waren tevreden met een totale omzetgroei van meer dan 20% op identieke basis.

Voor het komende kwartaal verwachten we vergelijkbare marktomstandigheden als in het eerste kwartaal, met daarnaast investeringen in onze klantpropositie en toekomstige groei."

## Prestaties Ahold

€ miljoen, behalve winst per aandeel	K1 2014	K1 2013 <sup>1</sup>	Mutatie in %	Mutatie in % tegen constante wisselkoersen
Netto-omzet	9.821	10.074	(2,5)%	0,3 %
Onderliggend bedrijfsresultaat	392	418	(6,2)%	(4,1)%
Onderliggende operationele marge	4,0%	4,1%		
Bedrijfsresultaat	380	347	9,5 %	11,2 %
Resultaat uit voortgezette bedrijfsactiviteiten	235	211	11,4 %	13,9 %
Nettoresultaat <sup>2</sup>	50	1.951	(97,4)%	(97,4)%
Gewone winst per aandeel	0,05	1,88	(97,3)%	(97,2)%

<sup>1</sup> De resultaten over 2013 zijn herzien voor wijzigingen in de presentatie van de activiteiten in Slowakije als beëindigde activiteiten. Zie noot 2 in het volledige Engelstalige rapport.

<sup>2</sup> Het nettoresultaat was lager door de schikking in het eerste kwartaal van de Waterbury class action van € 177 miljoen (€ 215 miljoen voor correctie van belastingen van € 38 miljoen), naast hogere inkomsten in het eerste kwartaal van 2013 van € 1.748 miljoen in verband met de verkoop van ons belang in onze voormalige joint venture ICA. Laten we de opbrengst uit de desinvestering van ICA buiten beschouwing dan bedraagt het vergelijkbare nettoresultaat € 203 miljoen.

## Prestaties per bedrijfssegment

### Ahold USA

€ miljoen	K1 2014	K1 2013	Mutatie in %	Mutatie in % tegen constante wisselkoersen
Netto-omzet	5.859	6.129	(4,4)%	(0,3)%
Onderliggend bedrijfsresultaat	227	247	(8,1)%	(4,9)%
Onderliggende operationele marge	3,9 %	4,1 %		
Identieke omzetgroei exclusief benzineverkopen	0,1 %	1,9 %		
Vergelijkbare omzetgroei exclusief benzineverkopen	0,2 %	2,1 %		

Tegen constante wisselkoersen kwam de netto-omzet over het eerste kwartaal 0,3% lager uit dan vorig jaar, of als de benzineverkopen buiten beschouwing worden gelaten op hetzelfde niveau als vorig jaar. De identieke omzetgroei exclusief benzineverkopen bedroeg 0,1% waarop het verschuiven van de week na Pasen naar het tweede kwartaal een positieve impact had. Onze online activiteit Peapod realiseerde een groei in de dubbele cijfers en opende 47 nieuwe Pick Up Points. Het totaal aantal Pick Up Points staat daarmee nu op 167. De markt in de Verenigde Staten werd gekenmerkt door de aanhoudende focus van waar voor geld en volumes die onder druk bleven staan. Ons marktaandeel was licht lager met name door concurrentiedruk in de New England divisie.

We hebben besloten om een programma uit te rollen ter verbetering van onze klantpropositie in al onze divisies. Van dit programma heeft de pilot in de tweede helft van 2013 plaatsgevonden, met bemoedigende volumestijgingen als gevolg. Om onze klanten een betere kwaliteit, dienstverlening en waarde te bieden, richt het programma zich vooral op ons versaanbod, een verbeterde klantervaring door meer betrokken winkelpersoneel en gerichte prijsverlagingen. Tegen het einde van dit kwartaal liep het programma in 190 winkels. We gaan nu versneld verder met de uitrol en zullen vooral in New England de intensiteit opvoeren. De verwachting is dat we het programma eind 2014 in ruim 50% van onze winkels zullen hebben ingevoerd. De financiering is grotendeels afkomstig uit de verwachte \$ 250 miljoen Simplicity-kostenbesparingen die dit jaar in de Verenigde Staten worden gerealiseerd.

De onderliggende operationele marge van 3,9% lag 0,2% onder het percentage van vorig jaar. De oorzaak was in het bijzonder dat de kostprijsinflatie hoger was dan de verkoopprijsinflatie. Vooral bij onze versproducten was de inflatie fors en we hebben ervoor gekozen een deel van deze kosten zelf te dragen, in het bijzonder bij vlees, groente en fruit.

We hebben wederom verdere voortgang geboekt met het aandeel van onze huismerken (50 basispunten hoger naar 37,0%). We liggen daarmee goed op koers voor ons doel van 40% in 2016. Een uitbreiding van ons productassortiment, meer focus en een sterkere uitvoering lagen hieraan ten grondslag, net zoals de sterke groei van ons aanbod natuurlijke en biologische producten onder de naam Nature's Promise.

## Nederland

€ miljoen	K1 2014	K1 2013	Mutatie in %
Netto-omzet	3.547	3.506	1,2%
Onderliggend bedrijfsresultaat	178	186	(4,3)%
Onderliggende operationele marge	5,0%	5,3%	
Identieke omzetgroei (exclusief btw op tabak)	(1,4)%	1,8%	
Vergelijkbare omzetgroei (exclusief btw op tabak)	(1,3)%	2,2%	

De netto-omzet is het eerste kwartaal gestegen met 1,2% naar € 3,5 miljard ondanks het negatieve effect van gewijzigde btw-regels voor tabak (medio vorig jaar). We hebben de rapportagekalender van bol.com in lijn gebracht met die van Ahold en profiteerden daardoor van 16 weken omzet bij bol.com tegen drie kalendermaanden vorig jaar. Gecorrigeerd voor beide effecten steeg de netto-omzet met 1,5% ten opzichte van vorig jaar, met een licht positief effect van de timing van Pasen. De markt werd gekenmerkt door een verdere vertraging van de groei als gevolg van lage inflatie en druk op de volumes. De ontwikkeling van het marktaandeel van Albert Heijn stabiliseerde en was in lijn met de prestatie van het vierde kwartaal van 2013.

De algehele omzetgroei was te danken aan de opening van nieuwe Albert Heijn-winkels in België en nieuwe Albert Heijn-franchisewinkels (voormalige C1000-winkels) in Nederland. De identieke omzet (exclusief btw op tabak) daalde met 1,4%, hoofdzakelijk doordat de Albert Heijn-klant gemiddeld minder in zijn boodschappenmandje legde. We hebben weer een sterke identieke groei bij onze online activiteiten, bol.com en Albert Heijn Online, en bij onze supermarkten in België weten te realiseren.

De onderliggende operationele marge van 5,0% was vergelijkbaar met vorig jaar, exclusief het effect van een hoger aantal franchisewinkels en een grotere bijdrage van bol.com. In Nederland waren we in staat de druk van de operationele kosten op de lage omzetgroei grotendeels op te vangen, dankzij het voortdurende succes van ons Simplicity-kostenbesparingsprogramma.

Na onze aankondiging in januari over de volgende fase in ons Simplicity-programma zijn we nu bezig de efficiëntie van onze ondersteunende functies te optimaliseren en onze organisatiecapaciteiten te herstructureren. Het doel is om meer focus op Albert Heijn en verbetering van de commerciële prestaties te krijgen. We verwachten dat we onze plannen in het tweede kwartaal afgerond hebben.

We hebben het afgelopen kwartaal verdere stappen gezet in de verbetering en uitbreiding van ons assortiment. Er zijn nieuwe producten gekomen in categorieën als koffie en wijn, en in het aanbod van gezonde voeding. Waar we vorig kwartaal ons aanbod vlees en gevogelte opnieuw lanceerden, hebben we nu belangrijke veranderingen doorgevoerd in de afdeling brood en gebak, onder andere meer keuzevariëteit, en een betere presentatie en uitvoering in de winkels zelf. We bleven verder investeren in onze prijspositie en de promotiecampagnes richtten zich op kwaliteit en waar voor het geld van de klant.

## Tsjechië

€ miljoen	K1 2014	K1 2013	Mutatie in %	Mutatie in % tegen constante wisselkoersen
Netto-omzet	415	439	(5,5) %	1,2 %
Onderliggend bedrijfsresultaat	9	7	28,6%	37,6%
Onderliggende operationele marge	2,2%	1,6%		
Identieke omzetgroei exclusief benzineverkopen	0,5%	(0,5)%		
Vergelijkbare omzetgroei exclusief benzineverkopen	0,6%	(0,5)%		

De toename van de netto-omzet met 1,2% tegen constante wisselkoersen naar €415 miljoen was inclusief 0,5% identieke groei en de opening van twee nieuwe winkels het afgelopen jaar.

Zonder het gunstige effect van het feit dat de week na Pasen in het tweede kwartaal viel, was de identieke omzetgroei licht negatief. Met onze nieuwe compact hyper-formule realiseerden we een hogere identieke omzetgroei dan met de andere bestaande formules. Van de 43 compact hyper-winkels zijn er nu 16 over naar de nieuwe formule.

De onderliggende operationele marge bedroeg 2,2% en was daarmee 0,6% beter dan vorig jaar. De belangrijkste oorzaak was een grotere nadruk op de inkoopactiviteiten.

We hebben een nieuw assortiment brood en gebak uitgerold en zijn blijven investeren in de verdere verbetering van ons aanbod groente en fruit. Ons promotie aandeel in de omzet lag beduidend hoger dan vorig jaar, in overeenstemming met de aanhoudende nadruk op promoties in de Tsjechische markt.

Het afgelopen kwartaal hebben we de overname aangekondigd van SPAR in Tsjechië. Albert zal daarmee het nummer één supermarktmerk van het land worden (onderhevig aan de goedkeuring van de mededingingsautoriteiten). Ook hebben we de verkoop van onze activiteiten in Slowakije afgerond.

### Corporate Center

De kosten van het Corporate Center bedroegen het eerste kwartaal €28 miljoen, €8 miljoen meer dan vorig jaar. De onderliggende kosten voor het Corporate Center waren €22 miljoen, inclusief €3 miljoen positief effect van de verzekeringsactiviteiten van Ahold, en waren min of meer vergelijkbaar met vorig jaar.

## Financieel overzicht

Het onderliggende bedrijfsresultaat kwam €26 miljoen lager uit op €392 miljoen, inclusief een negatief wisselkoerseffect van €10 miljoen door de zwakkere Amerikaanse dollar. De onderliggende operationele marge bedroeg 4,0% tegen 4,1% vorig jaar.

Het bedrijfsresultaat bedroeg €380 miljoen, respectievelijk 9,5% en 11,2% hoger tegen feitelijke en constante wisselkoersen. Dit bedrag is inclusief €9 miljoen aan herstructurerings- en verwante kosten (K1 2013: nul) en een bijzondere waardevermindering van €4 miljoen (K1 2013: €18 miljoen). Dit werd gecompenseerd door een positief resultaat uit de verkoop van activa van €1 miljoen (K1 2013:

€ 1 miljoen). De cijfers voor K1 2013 waren inclusief het effect van een last van € 63 miljoen voor de afwikkeling van een verplichting in verband met de terugtrekking uit een multi-employer pensioenregeling en een winst van € 7 miljoen in verband met de definitieve afwikkeling van een Amerikaanse defined benefit pensioenregeling.

Het resultaat uit voortgezette bedrijfsactiviteiten bedroeg € 235 miljoen, € 24 miljoen meer dan vorig jaar. Tegenover een lager saldo financiële lasten van € 24 miljoen stond een toename van de winstbelasting van € 34 miljoen. De daling van het saldo financiële lasten hield verband met een eenmalige correctie van een financiële verplichting in 2013 van € 11 miljoen, lagere rentelasten in 2014 en herwaarderingen van obligatieleningen en derivaten. De hogere winstbelasting in 2014 had vooral te maken met een hoger belastbaar inkomen en een eenmalige bate van € 12 miljoen in 2013.

Het nettoresultaat bedroeg € 50 miljoen en lag daarmee € 1.901 miljoen lager. De daling was hoofdzakelijk het gevolg van een voorziening voor een principeakkoord over de schikking van de Waterbury class action van € 177 miljoen (€ 215 miljoen voor correctie van belastingen van € 38 miljoen), naast hogere inkomsten in het eerste kwartaal van 2013 van € 1.748 miljoen in verband met de verkoop van ons belang in onze voormalige joint venture ICA.

De vrije kasstroom bedroeg € 302 miljoen, € 114 miljoen meer dan in K1 2013. Deze toename had te maken met het feit dat Pasen gunstig viel (een positief effect van € 80 miljoen op het werkkapitaal) en dat de investeringen € 75 miljoen lager waren. Daartegenover stond het eerste kwartaal wel € 83 miljoen meer aan betaalde winstbelasting, hoofdzakelijk in verband met betalingen over eerdere jaren. In het bedrag over het eerste kwartaal van 2013 was een betaling van € 31 miljoen begrepen voor de afwikkeling van een Amerikaanse pensioenregeling.

De nettoschuld is het eerste kwartaal met € 1.222 miljoen gestegen naar € 280 miljoen. Tegenover de vrije kasstroom van € 302 miljoen stond een kapitaaluitkering van € 1.008 miljoen en de terugkoop van aandelen ter waarde van € 439 miljoen.

## **Kapitaaluitkering en omgekeerde aandelensplitsing**

Op 21 januari 2014 heeft een buitengewone algemene vergadering van aandeelhouders haar goedkeuring gegeven aan een kapitaaluitkering en omgekeerde aandelensplitsing. De omgekeerde aandelensplitsing was op 28 maart 2014 een feit en bestond uit de omzetting van 13 bestaande aandelen met een nominale waarde van € 0,30 naar 12 nieuwe aandelen met een nominale waarde van € 0,01 per aandeel. De kapitaaluitkering van € 1,14 per resterend aandeel heeft op 3 april 2014 plaatsgevonden.

Wij blijven ons inzetten voor een efficiëntere kapitaalstructuur, zoals blijkt uit ons lopende terugkoopprogramma van eigen aandelen van € 2 miljard en de kapitaaluitkering van € 1 miljard dit afgelopen kwartaal.

## Vooruitzichten

Voor het komende kwartaal verwachten we vergelijkbare marktomstandigheden als in het eerste kwartaal, met daarnaast investeringen in onze klantpropositie en toekomstige groei.

We verwachten dat de onderliggende operationele marge in Nederland zich min of meer op het huidige niveau handhaaft. Voor onze activiteiten in de Verenigde Staten voorzien we een licht lagere marge dan in het eerste kwartaal, omdat we voor een deel zelf de hogere grondstoffenprijzen zelf zullen blijven dragen. Ook versnellen we de uitrol van ons programma ter verbetering van de klantpropositie.

Over het hele jaar bezien, verwachten we met ons Simplicity-programma kostenbesparingen te realiseren in lijn met vorig jaar. Deze bijna € 300 miljoen wordt geherinvesteerd in de verbetering van onze concurrentiepositie. De focus blijft gericht op de uitvoering van de Reshaping Retail-strategie, waarbij we gebruik maken van onze sterke merken, leidende marktposities, solide balans en snelgroeiende online activiteiten.

## Financiële kalender

Aholds boekjaar 2014 beslaat een periode van 52 weken en eindigt op 28 december 2014. De kwartalen in 2014 zijn als volgt:

Eerste kwartaal (16 weken)	30 december 2013 tot en met 20 april 2014
Tweede kwartaal (12 weken)	21 april tot en met 13 juli 2014
Derde kwartaal (12 weken)	14 juli tot en met 5 oktober 2014
Vierde kwartaal (12 weken)	6 oktober tot en met 28 december 2014

Dit persbericht dient te worden gelezen in samenhang met het tussentijdse bericht (summary report) van Ahold over het eerste kwartaal 2014, dat in het Engels beschikbaar is op [www.ahold.com](http://www.ahold.com). Voor zover deze Nederlandse vertaling afwijkt van het Engelstalige bericht is de laatstgenoemde versie leidend.

2014/15

### Waarschuwing

Dit persbericht omvat toekomstgerichte uitspraken, die niet verwijzen naar historische feiten maar naar verwachtingen gebaseerd op de huidige gezichts- en uitgangspunten van het management en die onderhevig zijn aan bekende en onbekende risico's en onzekerheden waardoor daadwerkelijke resultaten, de uitvoering of gebeurtenissen wezenlijk kunnen verschillen van die tot uitdrukking gebracht in zulke uitspraken. Deze uitspraken omvatten, maar zijn niet beperkt tot, uitspraken over marktontwikkelingen in Nederland, Aholds verbeteringen van haar klantpropositie, verbetering en uitbreiding van het assortiment in Nederland, toekomstige groei, een grotere focus op Albert Heijn en haar commerciële prestaties, een efficiënte kapitaalstructuur, terugkoop van aandelen, de onderliggende operationele marge in Nederland, kostenbesparingen, Reshaping Retail-strategie, toekomstige kasstromen, haar acquisitie van SPAR in Tsjechië en toestemming van de rechtbank voor en de omvang, financiering en timing van de betaling in het kader van de Waterbury-schikking. Deze toekomstgerichte uitspraken zijn onderhevig aan risico's en onzekerheden waardoor daadwerkelijke resultaten aanzienlijk kunnen verschillen van de resultaten zoals tot uitdrukking gebracht in die uitspraken. Veel van deze risico's en onzekerheden hebben betrekking op factoren die voor Ahold niet beheersbaar en ook niet nauwkeurig voorspelbaar zijn, zoals het effect van algemene economische of politieke omstandigheden, wisselkoers- en renteschommelingen, de toename van of veranderingen in concurrentie, Aholds mogelijkheden om haar plannen en strategieën succesvol te implementeren en af te ronden, tegenvallende of andere dan verwachte voordelen van en middelen uit Aholds plannen en strategieën, veranderingen in Aholds liquiditeitsbehoeften, maatregelen van concurrenten en derden, alsmede andere factoren zoals besproken in documenten welke in Aholds naam in openbare registers zijn neergelegd en Aholds andere publicaties. Lezers wordt geadviseerd behoedzaam om te gaan met deze toekomstgerichte uitspraken, die uitsluitend geacht worden te zijn gedaan per de datum van dit persbericht. Ahold neemt, tenzij daartoe gehouden ingevolge toepasselijk recht, geen verplichting op zich om enige verandering in openbare informatie of een toekomstgerichte uitspraak uit dit persbericht te publiceren naar aanleiding van gebeurtenissen of omstandigheden die zich voordoen na de datum van dit persbericht. Buiten Nederland presenteert Koninklijke Ahold N.V. - dat is haar statutaire naam - zich onder de naam "Royal Ahold" of kortweg "Ahold".

